

Hans-Jörg Neuschäfer

Von der *movida* zum Kulturbusiness Ein Blick in den Literaturbetrieb der 90er Jahre*

Kein europäisches Land hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten so verändert wie Spanien. Geändert hat sich auch die Literatur, und gewandelt haben sich insbesondere die institutionellen Voraussetzungen, die den Literaturbetrieb regeln, d.h. jene Steuerungsmechanismen, welche die Produzenten mit den Rezipienten vermitteln und die letztlich auch für den Status, für das Ansehen, für das *Image* zuständig sind, das Literatur in der öffentlichen Meinung genießt.

Im Francoregime und noch ein Stück darüber hinaus (bis 1978) wurde der Literaturbetrieb weitgehend von der staatlichen Zensurbehörde gelenkt, die selbst herausragenden oder oppositionellen Texten und Filmen ihren Stempel aufdrückte, indem sie ihnen eine Verschleierungstaktik aufzwang. – In den achtziger Jahren, frühestens seit dem Beginn der *transición* am Ende der siebziger, waren die aufgestaute Freiheitssehnsucht, der Trend zur Tabudurchbrechung, auch der kulturelle Nachholbedarf vorübergehend so stark, daß der nunmehr deregulierte Literaturbetrieb, in Form der *movida*, gleichsam von selbst lief. – In den Neunzigern ist die Literatur aber auch in Spanien zu einem Teil der Freizeitindustrie und zu einem Marktsegment geworden, das sich gegen konkurrierende Angebote durchsetzen und das auch Profit abwerfen muß. In diesem Kulturbusiness versteht sich Literatur nicht mehr von selbst, sondern muß, wie andere Produkte auch, durch Werbung und Vermarktung überhaupt erst angedient werden. Das ist nun zwar keine rein spanische Angelegenheit mehr, sondern eine »globale«; aber in Spanien hat der Literaturbetrieb durchaus seine Eigenheiten, die ihn zumindest vom deutschen markant unterscheiden.

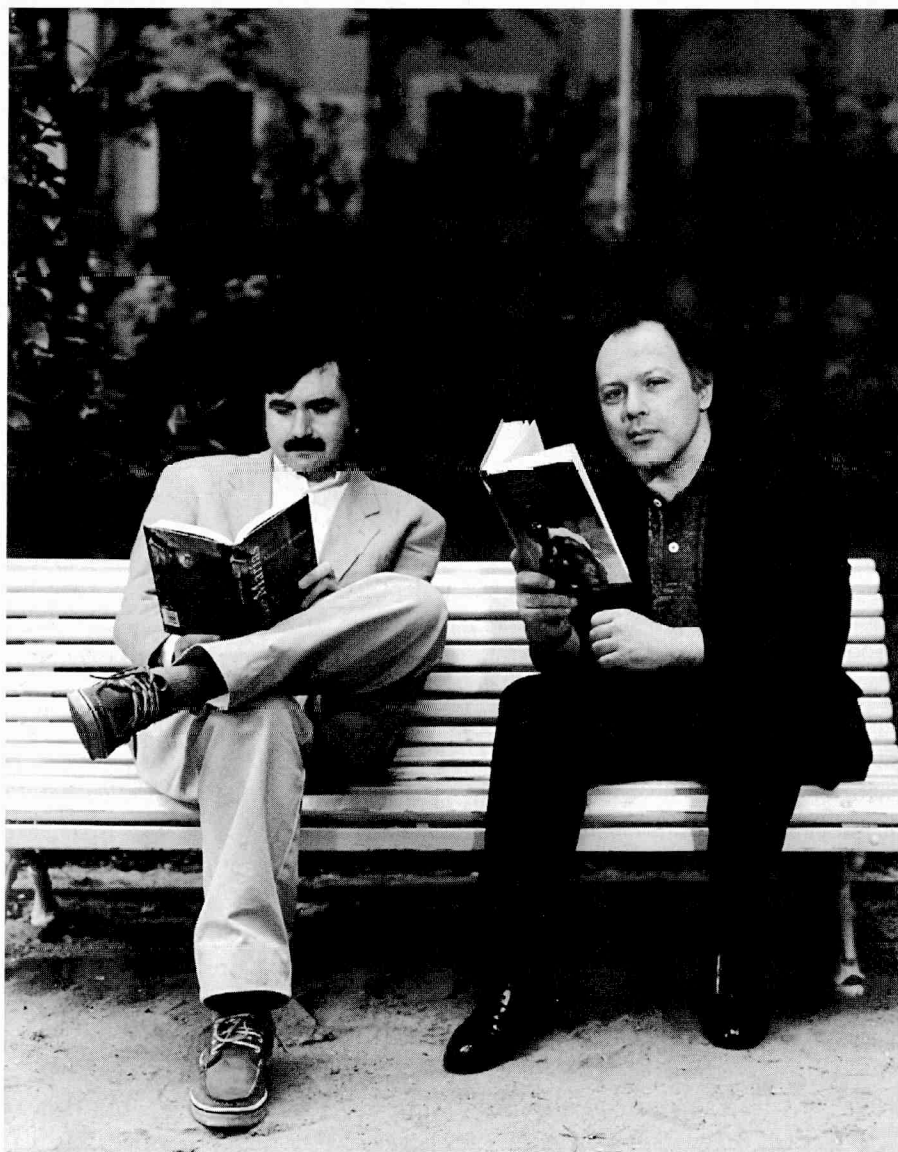
* Das Folgende gibt meine Einschätzung vom aktuellen spanischen Literaturbetrieb wieder. Sie ist geprägt von der Lektüre der spanischen Gegenwartsliteratur, von der Beobachtung der spanischen Medien und vom freundschaftlichen Umgang mit spanischen Journalisten, Schriftstellern und Filmemachern beiderlei Geschlechts und quer durch die Generationen. Ich protokolliere, was mir als Außenstehendem, als Nicht-Spanier, aufgefallen ist, wobei der Vergleich mit den deutschen Verhältnissen die Auswahl der Beispiele stets mitbestimmt, auch wenn das nicht immer explizit angesagt wird. Ich enthalte mich nicht der Skepsis, wohl aber der fundamentalistischen Besserwisserie. Vgl. auch Hans-Jörg Neuschäfer: *Spanische Literaturgeschichte*. Stuttgart 1997, S. 389ff.

Die Zusammenarbeit von Literatur und Journalismus und der *boom* der Erzählliteratur

Gleichsam auf Touren gebracht wurde der spanische Literaturbetrieb in den letzten Jahren durch die enge Zusammenarbeit zwischen Literaten und Journalisten, die es durch häufigen Rollentausch, vor allem aber durch gegenseitige propagandistische Unterstützung erreicht haben, daß es inzwischen einen *boom* zumindest der Erzählliteratur gibt, der gewiß zuerst nur herbeigeredet wurde, dann aber tatsächlich sich einstellte. Ein schönes Beispiel für die journalistische Propagierung der spanischen Erzählliteratur bietet ein neunzehn Seiten langer Bericht in der Wochenendbeilage der Tageszeitung *El País* (vom 6. Juni 1997), der nicht weniger als sechsunddreißig Autorinnen und Autoren vorstellt, die derzeit *en vogue* sind; und dies nicht nur im Text, sondern auch durch eine Reihe von äußerst werbewirksam fotografierten, ganzseitigen Porträt- und Gruppenaufnahmen. Gewiß hatte diese »Reportage« einen einschlägigen Anlaß: die Buchmesse in Madrid, die alljährlich im Freien, im Retiro nämlich, stattfindet, wobei die Besucher (allein am Wochenende eine halbe Million) die Autoren, die in den Ständen ihrer Verlage eigenhändig ihre Bücher verkaufen und signieren, wirklich so hautnah sehen und erleben können, wie ihnen das die Großaufnahmen im *País* appetitanregend vorgegaukelt haben. Gewiß gibt es auch anläßlich der Frankfurter Buchmesse in deutschen Tageszeitungen seitenlange Literaturberichte. Aber das steht meist separiert in speziellen Beilagen und beschränkt sich weitgehend auf langatmige Besprechungen, wobei ein »seriöses« Layout mit viel Druckerschwärze und wenig visuellen Verlockungen dafür sorgt, daß bloß Neugierige von vornherein abgeschreckt werden und nur diejenigen Leser Einlaß finden, die sowieso schon auf der Suche nach einer bestimmten Information sind. Ganz entsprechend erinnern die Kojen der Frankfurter Messe an Tabuzonen, zu denen nur die Eingeweihten Zutritt haben, die sich dann mit sich selbst beschäftigen, während der Besucherstrom in den Zwischengängen scheu vorbeizieht. Ganz anders in Madrid, wo die Autoren sich unverschämt zur Schau und zur Kommunikation stellen und dazu auch noch ihre Ware feilbieten, was in Deutschland ganz und gar undenkbar ist.

Ich bin nun freilich etwas vom Wege abgekommen und habe unversehens schon eine zweite Eigenheit des spanischen Literaturbetriebs – den Hang zur direkten Schaustellerei, ja zur Anmache – zur Sprache gebracht, bevor ich auf die erste und wichtigste, mit ihr allerdings eng verbundene, richtig eingegangen bin: die Symbiose von Literatur und Publizistik – Publizistik zugleich im Sinn von »Tagesjournalismus« und von »Aufmerksamkeit-Erregen« verstanden. Damit komme ich zurück zur *País*-Reportage, nicht ohne anzumerken, daß die *nueva narrativa española* nicht nur zur Buchmessezeit, sondern das ganze Jahr über in dieser und in anderen Zeitungen massiv präsent ist, und zwar auch deshalb, weil

herausragende Journalisten – der Fernsehkommentator Arturo Pérez Reverte, die Reporterinnen Rosa Montero und Maruja Torres oder der Nachrichtensprecher Fernando Delgado, um nur einige Beispiele zu nennen – ihrerseits zu den Bestsellerautoren des *boom* und zu den sechsunddreißig Porträtierten gehören.



Der Artikel im *Pais* beginnt mit Großlettern, die sonst nur in Werbeplakaten üblich sind. Sie verkünden erstens die wesentliche Botschaft des Artikels (die einheimische Literatur habe die ausländische, auch die lateinamerikanische, längst abgehängt); zweitens das Erfolgsrezept des Literaturjournalismus (»Fakten, Fakten, Fakten und immer an die Leser denken«); und drittens den Mythos, der die Bedingung der Möglichkeit des *boom* erklären soll (die Demokratisierung des Landes und die Protagonistenrolle der Frauen).

Auf den redaktionellen Teil des Artikels, der im wesentlichen eine Selbstpräsentation der Autoren enthält, braucht hier nicht näher eingegangen zu werden; aus dem Bildteil aber und aus dessen Anordnung ist einiges zu entnehmen, das bezeichnend ist. Bemerkenswert ist ja bereits, daß das Bild der spanischen Literatur, wie es sich hier darbietet, mehr aus den Fotografien als aus den Texten hervorgeht. – Eingeleitet und gleichsam präsiert wird die Autorengalerie durch das grimmige Porträt des Nobelpreisträgers Cela; den Beschluß bildet der nicht weniger streng blickende Altmeister Delibes; die beiden umrahmen mit ihrem internationalen (Cela) und ihrem nationalen und moralischen Prestige (Delibes) die Galerie der Jüngeren, die z.T. freilich nicht mehr *so* jung sind, sich aber in jedem Fall jung und entspannt gebärden.

Ich greife heraus: Gleich das zweite Bild zeigt, auf einer Bank im Garten des Reina-Sofía-Museums sitzend, Antonio Muñoz Molina und Javier Marías, die internationalen Aushängeschilder der jungen Generation (Muñoz Molina *1956, Marías *1951). Sie lesen; aber sie lesen nicht irgendetwas, sondern werbewirksam jeder das letzte Buch des anderen: Marías ist in Muñoz Molinas *Plenilunio* (1997) vertieft, während Muñoz Molina in Marías' *Mano de sombra* (1997) versunken ist. Nichts könnte besser die Strategie der *boom*-Generation unterstreichen als diese Attitüde der gegenseitigen Hochschätzung und Unterstützung. Denn auch wenn die Gegenwartsautoren sich persönlich keineswegs immer wohlgesinnt sind, so haben sie doch eines begriffen: Das *Image* der Gruppensolidarität ist heute mehr gefragt als das des Einzelkämpfers (Delibes) oder gar des Egomane (Cela). So setzt sich denn das Bild der *coincidentia oppositorum* durch die ganze Serie fort.

Gleich auf der gegenüberliegenden Seite haben wir dazu das weibliche Pendant. Auch hier eine Altmeisterin, Ana María Matute, die von der viel jüngeren Almudena Grandes, einem der Hauptphänomene des Bestsellerbusiness, geradezu angehimmelt wird. Tatsächlich hat Ana María Matute, der, im Gegensatz zu Grandes, Cleverness nie zu Gebote stand, durch die geschickte Werbestrategie ihres Verlags Espasa Calpe (der inzwischen zur Planeta-Gruppe gehört) noch einen späten Breitenerfolg errungen (mit *Olvidado Rey Gudú*). Untertitelt ist das Bild der beiden Männer mit »La literatura que rompe fronteras«, womit auf die Übersetzung der Texte Muñoz Molinas in siebzehn Sprachen und auf den Sensa-

tionserfolg von Marías in Deutschland (dank der Propaganda im »Literarischen Quartett«) angespielt wird. Bei den Frauen (aber nicht nur bei ihnen) wird die *convivencia de generaciones* hervorgehoben, womit der spanischen Gegenwartsliteratur (wie auch durch die Inszenierung von Cela und Delibes) zugleich Traditionsbewußtsein und historische Kontinuität attestiert wird.



Von den weiteren Porträtaufnahmen soll nur noch das »Ein Herz und eine Seele«-Photo von Josefina Aldecoa, Rosa Montero und Rosa Regás hervorgehoben werden, wobei das Motiv des »getrennt marschieren und vereint schlagen« abermals betont wird: »Drei Formen, das gleiche Ziel zu erreichen«, heißt es in der Bildunterschrift, wobei auf den höchst unterschiedlichen Werdegang erfolgreicher Schriftstellerinnen, aber auch auf die sich nur in der Demokratie bietenden Chancen hingewiesen wird: Aldecoa war Volksschullehrerin, Regás Verlegerin (eine der wichtigsten in der *transición*) und Montero war und ist Journalistin.

Im übrigen präsentiert die Reportage, auch wenn sie im Textteil die sechszwanzig gefragtesten Autoren zu Wort kommen läßt, im Bildteil noch einmal die »Spitze« von ihnen, sozusagen die *nomenclatura* des gegenwärtigen Literaturbetriebs, diejenigen also, bei denen sich gemäß den neuen Normen des Kulturbusiness der *rigor literario* mit dem ökonomischen Erfolg paart, wie es in einer Bildunterschrift heißt. Es sind dies außer den schon Genannten: Augusto Vázquez Figueroa, Terenci Moix, Antonio Gala, Maruja Torres, Eduardo Mendoza, Manuel Vázquez Montalbán, Juan Marsé, Bernardo Atxaga, Manuel Rivas und Quim Monzó, insgesamt also neunzehn, wobei nur Cela und Delibes, gleichsam *honoris causa*, ein Einzelporträt zugestanden wird, während alle anderen in Dreier- und Vierergruppen zusammengefaßt werden, außer Marías und Muñoz Molina, Matute und Grandes, die, jeweils nur zu zweit, noch einmal besonders hervorgehoben werden – auch das ein Fingerzeig auf ihren gegenwärtigen Marktwert.

Agenten und Verleger

Mit der Bebilderung der Spitzenwerte an der Autorenbörse ist freilich die Porträtgalerie noch nicht zu Ende. Es folgen noch zwei Seiten mit dem Konterfei jener, die dafür sorgen, daß Literatur auch *verkauft* werden kann. Unmittelbar nach Delibes, auf der gegenüberliegenden Seite, ist die *grande dame* des spanischen Agenturwesens zu sehen, Carmen Balcells. Ihr wird im Begleittext zu Recht nachgesagt, sie sei die Pionierin dieses wichtigen Geschäftszweiges gewesen. Sie ist inzwischen aber auch fast so etwas wie seine Herrscherin. Auf dem Bild gibt sie sich zwar ganz privat, als besorgte Großmutter, die hinter der zukunftsverheißenden Enkelin sitzt. Sie ist aber nach wie vor auch das, was ihr Manuel Vázquez Montalbán in seinem Roman *El premio* (1996) nachsagt: »El superagente literario 009 con licencia para matar«. *El premio*, worauf noch zurückzukommen sein wird, macht übrigens den Literaturbetrieb realsatirisch zu seinem Hauptthema. Der Roman, der formal in die Krimiserie um den Detektiv Pepe Carvalho gehört und also das Kulturbusiness zum Gegenstand kriminalistischer Nachforschungen macht, ist Carmen Balcells auch gewidmet. Nicht von un-

gefähr, denn das war fast eine Dankespflicht, hat Carmen Balcells einen doch nicht unerheblichen Anteil daran, daß Vázquez Montalbán vom gewiß respektierten, aber doch auch etwas randständigen Regimekritiker zu einem der Großverdiener im Literatur- und Zeitungsmarkt werden konnte, ohne daß er seine noch immer gehörige Skepsis gegenüber den herrschenden Verhältnissen (jetzt in der Demokratie) verraten mußte.



Aber auch viele andere Autoren haben Carmen Balcells entscheidende Förderung bei der Positionierung im *ranking* der Erfolgsautoren zu danken. Allein acht der im *País*-Bericht Porträtierten gehören zu ihrem »Stall«. Und von den berühmten Lateinamerikanern haben zumindest García Márquez (der erst mit ihrer Hilfe überhaupt einen Verlag fand) und Isabel Allende Carmen Balcells mehr als viel, vielleicht sogar alles zu verdanken. Inzwischen sind noch andere Namen – Raquel de la Concha, Mercedes Casanovas und Antonia Kerrigan z.B. – in diesem in Zukunft womöglich noch wichtiger werdenden Vermittlerstand bekannt geworden. Vorderhand aber kann noch niemand sich mit Carmen Balcells messen, deren dreihundertneundvierzig Seiten umfassender Autorenkatalog sich zugleich als *who is who* und als Bibliografie der spanischen und lateinamerikanischen Gegenwartsliteratur benutzen läßt. Auf jeden Fall ist eine Dokumentation wie die von *El País* ganz im Sinne der Agentin und ihrer Schützlinge, vielleicht ist sie sogar von ihr mitinspiert.

Und schließlich das letzte Bild. Es zeigt die Chefin und die Chefs von vier der bedeutendsten spanischen Verlagshäuser: Juan Cruz von Alfaguara, Beatriz de Moura von Tusquets, Jorge Herralde von Anagrama und Manfred Grebe von Plaza y Janés. Die Bildunterschrift versucht gar nicht erst zu verschleiern, um was es diesen Verlagsleitern in erste Linie geht: mit ihren Entscheidungen aufs richtige Pferd bzw. den richtigen Autor zu setzen, um damit möglichst viel Geld zu verdienen: »Los negocios del que apuesta bien« – auch dies ein sympathischer Unterschied zu *unserem* Literaturbetrieb, dessen geschäftliche Seiten immer noch gern mit kulturellreligiösen Phrasen verbrämt werden. Und dies, obwohl hierzulande doch das Gleiche passiert wie in Spanien: der realexistierende Kapitalismus macht natürlich auch vor der Verlagslandschaft nicht halt. Kleinere Verlage können sich, auch wenn sie noch so renommiert sind, nicht mehr halten. Wollen sie – wie in Spanien etwa der Verlag Lumen – nicht ganz zugrunde gehen, müssen sie sich mehr oder weniger freundlich »übernehmen« lassen, in diesem Fall durch Plaza y Janés bzw. durch Bertelsmann, der wiederum Plaza y Janés geschluckt hat. Größere Verlage wiederum versuchen sich zu Imperien zusammenzuschließen, mit denen sie am Ende den *ganzen* Medienmarkt und nicht nur die Literaturproduktion beherrschen: Alfaguara ist mit noch vielen anderen Verlagen im Santillana-Verbund zusammengefaßt, und dieser wiederum kooperiert mit der PRISA-Gruppe von Jesús Polanco, der u.a. *El País* und die populärste spanische Radiokette – *Cadena SER* –, dazu Teile der TV-Sender *Canal+* und *Antena 3* angehören.¹ Und wie in anderen kommerziellen Unternehmen, so sind auch im Verlagswesen Rationalisierung, Sanierung, Kostensenkung, Reduzierung des Personals (besonders im Lektorat; Entscheidungen werden heute nur noch aus wirtschaft-

1 Vgl. den Beitrag von Peter M. Spangenberg in diesem Band.

lichen Erwägungen getroffen) und eine aggressive Geschäftspolitik angesagt, in deren Folge nicht nur die Zahl der Verlage radikal vermindert wird; auch die Autoren sehen sich einem ganz neuen und doch nur zu sehr »im System« begründeten Trend ausgesetzt: Man baut jetzt immer stärker auf schon bewährte oder aus den Medien bekannte Schreiber – *firmas* nennt man sie in Spanien sinnigerweise – und sperrt sich immer mehr dagegen, mit noch Unbekannten ein vermeidbares Risiko einzugehen.

Das wiederum führt dazu, daß auf der einen Seite ein Kreis von arrivierten Schriftstellern steht, die hohe »Renditen« (auch für sich selbst) erzielen, die den Kuchen also unter sich aufteilen, während es auf der anderen Seite für *newcomer* immer schwieriger wird, in den Markt überhaupt hineinzukommen. Was aber die Stars betrifft, so ist unschwer zu erkennen, daß sie auch Stargagen verdienen. In erster Linie dank der Verlagshonorare: Bei Auflagen von über einhunderttausend Exemplaren, die von nicht wenigen erreicht und manchmal auch weit überschritten werden (man bedenke, daß die spanische Literatur dank Lateinamerika einen Riesenmarkt hat) und einem Buchpreis von ca. dreißig Mark (der jetzt auch in Spanien normal ist), kommt selbst mit einem Autorenhonorar von nur zehn Prozent (das von den Besten überschritten wird) einiges zusammen. Darüber hinaus winken vielfältige Verdienstmöglichkeiten durch Mitarbeit in den Medien (die permanent genutzt werden) und durch Vortragsreisen, bei denen lukrative Honorare gezahlt werden.

Dies wiederum führt zu einem verstärkten Medienecho, und das Medienecho stützt und fördert dann wieder den Markenartikelcharakter der betreffenden Autoren. Es ist dies ein Phänomen, das in Deutschland überhaupt keine Entsprechung hat und das nur aus dem Zusammenspiel unterschiedlicher Faktoren zu erklären ist. Dazu gehört gewiß die Leserfreundlichkeit der Schreiber und die Aufnahmebereitschaft der Leser, die in Spanien, trotz aller kulturpessimistischen Unkenrufe, gewiß nicht geringer ist als bei uns. Vor allem gehört dazu aber das positive *Image* der Gegenwartsliteratur und ihrer Autoren, und dieses ist dank dem geschickten Zusammenspiel aller Beteiligten weitgehend *gemacht*.

Zu diesem positiven Image gehört übrigens auch, daß es in Spanien keine Trennungslinie zwischen »Hoch-« und »Trivallliteratur« gibt, ja daß nicht einmal die entsprechenden Begriffe geläufig sind – jene Trennungslinie also, die bei uns noch immer so gezogen wird, daß auf der einen Seite die 'seriösen' Autoren stehen, die mit der Literatur wenig oder spät etwas verdienen, und auf der anderen Seite die Trivialautoren (Konsalik, Danella, Simmel), die gerade *wegen* ihres ökonomischen Erfolgs geringgeschätzt werden.

Do ut des. Oder: ein Beispiel für den Joint-venture unter Autoren

Ein schönes Beispiel für das imagesteigernde Zusammenspiel, das manchmal sogar ehrlich gemeint sein mag und deshalb dem spanischen Literaturbetrieb bisweilen einen Hauch von Spontaneität und menschlicher Sympathie gibt, war der – wieder im *País* stattfindende – *Joint-venture* zwischen Muñoz Molina, Marías und Juan Cruz. Marías war lange Zeit in Spanien selbst, zumindest bei den maßgebenden Kritikern, nicht sonderlich beliebt. Das hat sich erst in der Zeit nach seinem überraschenden Deutschland-Erfolg und nach dem Erhalt eines bedeutenden irischen Kulturpreises geändert. Seitdem widmet ihm *El País* auf den Kulturseiten fast so viel Aufmerksamkeit wie Muñoz Molina, der freilich öfters selbst als Leitartikler zu Wort kommt. In den letzten zwölf Monaten wurden Marías nicht weniger als achtzehn z.T. umfangreiche Artikel gewidmet, einer davon, im *País Semanal*, sogar mehrseitig, *fast* alle bebildert. Der Höhepunkt wird im Juni 1997 erreicht, wo allein drei Artikel ganz oder teilweise das Zusammenspiel zwischen Marías und Muñoz Molina zum Gegenstand haben.

Am 5. Juni berichtet *El País* (mit Bild der Teilnehmer) vom gemeinsamen Auftritt der beiden im Rahmen einer von der Zeitung organisierten Debatte über Literatur und Journalismus. Die Überschrift des Artikels nennt die Teilnehmer und faßt deren übereinstimmendes Diktum zusammen, eben jenes, das für das Funktionieren des spanischen Literaturbetriebs so ausschlaggebend geworden ist: »Haro [ein altgedienter *País*-Redakteur; eigentlich Haro-Tecglen], Muñoz Molina, Marías, Millás [Juan José Millás ist ebenfalls ein bekannter Autor und *País*-Kolumnist] y Rivas [von dem schon die Rede war] rechazan la frontera entre periodismo y literatura. La dicotomía entre informar y escribir con estilo es falsa según los autores.« (»Haro, Muñoz Molina, Marías [etc.] weisen die Grenze zwischen Journalismus und Literatur zurück. Die Dichotomie zwischen gut gemachter Information und gut gemachter Fiktion ist falsch, sagen die Autoren.«) Am 11. Juni folgt dann eine brillant geschriebene Würdigung Marías' aus der Feder von Muñoz Molina, und zwar aus Anlaß der irischen Preisverleihung. Das Sahnehäubchen bei diesem *mano a mano* aber wird am 21. Juni in einem Leitartikel von Juan Cruz aufgesetzt. Der Beitrag heißt ebenso schlicht wie pathetisch: *El artículo*. Gemeint ist damit Muñoz Molinas Marías-Würdigung, die als edle Geste, ja als Großtat gefeiert wird, und die um so höher zu bewerten sei, als im allgemeinen doch Neid und Mißgunst den spanischen Nationalcharakter kennzeichneten, besonders unter Intellektuellen. Hier aber werde nun ein Exempel für ein neues kulturelles Identitätsgefühl statuiert, ja man fühle angesichts dieser Generosität, *en el fondo del alma*, wieder so etwas wie Nationalstolz.

Ganz abgesehen davon, daß der wendige Juan Cruz solches Tremolo gewiß nicht vor dem PSOE-PP-Wechsel an den Tag gelegt hätte, bekommt das Ganze auch dadurch einen gewissen Hautgout (der von vielen Menschen durchaus geschätzt wird), daß Cruz, wie wir wissen, der Chef des Alfaguara-Verlages und eine wichtige Person im PRISA-Imperium ist, in dem Alfaguara und *El País* zusammenarbeiten. Was als schöne Geste begonnen hat, endet also in einem Lob auf den Lobenden, an dessen Ruhmmehrung der Meta-Laudator sowohl als Verlagsleiter als auch als PRISA-Mitbestimmer ein ganz persönliches Interesse hat, denn Muñoz Molina ist zugleich Autor bei Alfaguara (herübergewechselt von Seix Barral und Starkolumnist bei *El País*).

Vollends aufgeklärt hat sich das wundersame Zusammenspiel der Altruisten (denn warum feiert Cruz ausgerechnet den lobenden Artikel über einen Autor des Konkurrenzverlages?), als im Spätsommer '97 offenbar wurde, daß Marías nun auch seinerseits die Fronten gewechselt hat und von Anagrama zu Alfaguara gegangen ist. Die Vermutung, das Ganze sei ein Teil des Übernahmemanövers, sozusagen die Begleitmusik wie beim Vereinswechsel eines Fußballstars, ist sicher nicht ganz abwegig.

Drei Beispiele für das prekäre Gleichgewicht zwischen Kultur und Business

1. Das *ranking* und die Propagierung des Mittelmaßes

Während im soeben geschilderten Fall die Qualität der Autoren und das Ingenium, mit dem ihrem Erfolg nachgeholfen wird, sich noch einigermaßen die Waage halten, wird in anderen Fällen das prekäre Gleichgewicht zwischen Literatur und Business bald sanft, bald brutal zugunsten des Letzteren verschoben. Ein Beispiel für die eher sanfte Gewaltanwendung ist das Phänomen Almudena Grandes. Natürlich ist sie nicht das einzige Beispiel für »hochgeworbene« Mittelmäßigkeit – als männliches Gegenstück biete ich Arturo Pérez Reverte an –, aber sie ist das bei weitem schillerndste. Ihr erster Roman, *Las edades de Lulú*, so hölzern geschrieben wie nur irgendein Erstling, ist inzwischen angeblich über eine Million Mal verkauft worden. Die nachfolgenden Texte, *Malena es un nombre de tango* (1995; wurde auch verfilmt) und die 1996 erschienene Erzählsammlung *Modelos de mujer*, sind zwar routinierter geschrieben, weisen Grandes aber immer noch nicht als bemerkenswerte Autorin aus. Trotzdem gehört sie zu den Großverdienern im Literaturbetrieb, und niemand ist so präsent in den Medien wie sie. Die Pressemappe über Almudena Grandes, die man sich unschwer zusammenstellen kann, wiegt mehrere Kilo; und während die meisten anderen Spitzenautoren vor allem in *El País* gefördert werden, erfreut sich Almudena Gran-

des der Aufmerksamkeit *aller* Medien. Woran liegt das? Zum einen am Selbstdarstellungstalent der Autorin, die keine Hemmungen hat (*tiene cara dura*, heißt das auf spanisch) und äußert kommunikativ ist. Es liegt zum zweiten an den Themen, die sie im wahrsten Sinne des Wortes »besetzt« hält: vom Heimchen am Herd bis zur Emanzipierten, von der Kameradin bis zur *femme fatale* hat Almudena Grandes alle Frauenrollen »im Programm«, die von den Durchschnittsspanierinnen und -spaniern je nachdem geliebt oder gehaßt werden. Und es liegt drittens an den hervorragenden Fotografinnen und Fotografen, die sie besonders in der letzten Rolle immer wieder effektiv ins Bild setzen. Neben dem ausdrucksvollen Gesicht mit den großen Augen werden immer wieder die tadellosen und attraktiv bestrumpften Beine fotografiert, so daß man die Bücher Almudenas unwillkürlich mit der Notion *sex appeal* verbindet. Ich weiß nicht, welche Agentur sie betreut (es ist *nicht* Carmen Balcells; vielleicht ist es auch ihr eigener Verlag, Tusquets). Jedenfalls läßt man keine Gelegenheit aus, sie ins rechte Licht zu setzen und schreckt dabei auch vor zweifelhaften Tricks nicht zurück.

Dazu ein Beleg: Äußerst beliebt sind in Spanien die problematischen *rankings* der *Meistverkauften*, die tagtäglich in den seriösen und weniger seriösen Presseprodukten erscheinen, parallel zu den Charts der meistverkauften Pop-Schallplatten. Diese *rankings* sind deshalb so zweifelhaft, weil sie erstens voneinander abweichen (obwohl sie sich auf weitgehend identische Quellen berufen) und weil sie zweitens, indem sie immer nur die ersten fünf oder zehn aufnehmen, tendenziell den schnellen und oft auch nur vorübergehenden Erfolg dokumentieren und propagieren, nie aber den Langzeiterfolg. Zurück zu Almudena Grandes: Ihr *Modelos de mujer* war in den Wochen nach seinem Erscheinen (April 1996) relativ hoch platziert, kam aber nie über Platz drei oder vier hinaus. Die Verlagswerbung wollte das nicht auf sich beruhen lassen und versuchte das Buch dadurch zu puschen, daß sie (z.B. in der Frauenzeitschrift *Elle* Nr. 622, Mai 1996) unmittelbar neben das aktuelle *ranking* eine Annonce plazieren ließ, die mit dem beschwörenden Titel *Será número 1* sofort die Aufmerksamkeit auf sich zog, weil dieser Satz mit Großbuchstaben neben der Überschrift *Los más vendidos* steht.

2. Das System der Literaturpreise

Nicht weniger zweifelhaft, weil immer stärker durch reine Wirtschaftsinteressen manipuliert, ist das schier unübersehbar gewordene, jährlich durch (manchmal auch kurzlebige) Angebote neubelebte System der spanischen Literaturpreise, von denen einige hoch bis sehr hoch dotiert und entsprechend stark begehrt sind. Ursprünglich waren die Preise dafür gedacht, jungen Autoren als Anreiz zu dienen. Inzwischen werden die Bekanntesten unter ihnen – der Premio Nadal und der Premio Planeta – aber immer häufiger an schon bekannte Autoren oder doch

wenigstens an solche Personen vergeben, die – wie etwa der Nachrichtensprecher Fernando Delgado – dem Publikum anderweitig wohlbekannt sind. Der Nadal hat sich mit einem Preisgeld von »nur« drei Millionen Peseten (etwa DM 35.000) noch einen Rest von Unschuld bewahrt. Beim Planeta aber kann, angesichts der Preissumme von fünfzig Millionen (knapp 600.000 Mark), davon nicht mehr die Rede sein. Selbst der zweite Preis, ein »Trostpreis« von zwölf Millionen, also 140.000 Mark, ist für deutsche Verhältnisse noch immer gewaltig. Der Planeta-Preis ist längst für beide Seiten ein Geschäft geworden. Für den Preisträger wegen der Preissumme und des damit verbundenen Prestiges; für den Verlag wegen des Ausgezeichneten, dessen Bekanntheitsgrad für einen hohen Absatz des Produktes garantiert und also die Preissumme allemal zu einer gewinnbringenden Investition macht. Noch unbekannte Autoren sind hier und in zunehmendem Maß auch bei anderen gut dotierten Literaturpreisen chancenlos. Es ist auch bekannt, daß der Planeta besonders gewinnträchtigen Autoren bisweilen regelrecht angeboten wird, bevor er überhaupt ausgeschrieben wurde.

3. Das Geschäft mit der Kinderliteratur

Sein häßlichstes Gesicht zeigt das Kulturbusiness aber auf einem Gebiet, das abseits der meisten wissenschaftlichen oder journalistischen Recherchen liegt, auf dem der Kinder- und Jugendliteratur, in der die Marktgesetze natürlich ebenso gelten wie bei der Erwachsenenliteratur. Das Stichwort heißt hier *La batalla de los colegios*, der Kampf um die Schulen. Der Anstoß dazu war im Prinzip erfreulich und vernünftig: In allen Schulen muß, bevor die Kinder in der Lage sind, »große« Autoren zu verstehen, eine gewisse Zahl von Jugendbüchern gelesen und besprochen werden. Das ist ganz gewiß besser, als sie durch eine verfrühte Konfrontation mit den Klassikern am Ende der Literatur zu entfremden. Solange die Auswahl der freien Entscheidung der Lehrer und Eltern überlassen blieb, gab das den Jugendbuchverlagen oder den Jugendbuchabteilungen der größeren Verlage einen relativ breit gestreuten Auftrieb. So wurden in den achtziger Jahren viele gute Jugendbuchautoren aus aller Welt ins Spanische übersetzt, und es entstand nach und nach auch eine eigene spanische Jugendbuchliteratur – ein großer Fortschritt in einem Land, in dem diese Sparte lange Zeit allein den Heftchen- und Comic-Produzenten überlassen worden war, und in dem nur eine einzige Autorin, die allerdings schon in den dreißiger Jahren publizierte, als Jugendbuchautorin wirklich anerkannt war: Elena Fortún.

So weit so gut. Dann aber geschah, was geschehen mußte, weil es dem System der freien Wirtschaft (dessen Unfreiheit gerade auf diesem Sektor besonders sinnfällig wird) inhärent ist. Man merkte, daß auf diesem Gebiet nicht nur gut, sondern sehr gut zu verdienen war, wenn man es nur geschickt genug anstellte

und wenn man es verstand, lästige Konkurrenz so weit wie möglich auszuschalten. Damit begann die *Schlacht*, ein gewaltiger Verdrängungswettbewerb, bei dem inzwischen die meisten Mitbewerber auf der Strecke geblieben sind.

Den Hebel dazu bot das spanische Schulsystem, das noch immer in staatliche Schulen und in »colegios de pago«, Privatschulen mit z.T. sehr hohem Schulgeld, unterteilt ist. Die meisten, die es sich leisten können, auch viele, die es sich eigentlich nicht leisten können, schicken ihre Kinder, des gesellschaftlichen Prestiges wegen, noch immer auf Privatschulen, besonders auf die der religiösen Orden. – Was wenig bekannt ist: Spanien mag sich in den letzten Jahren noch so sehr emanzipiert und laizisiert haben; auf dem hochsensiblen Schulsektor haben die religiösen Orden nach wie vor einen gewaltigen Einfluß. Und sie haben ihn dadurch auch auf den Literaturbetrieb, wenigstens auf den der Jugendliteratur. Jedenfalls übernahmen schon in der Mitte der achtziger Jahre religiöse Orden die Initiative und gründeten bzw. modernisierten eigene Verlage, allen voran *El Corazón de María* mit dem Verlag S.M. und die Marianisten mit dem Verlag Edelvives (der mächtige Jesuitenorden – und das gereicht ihm zur Ehre – war an diesem *Deal* nicht beteiligt). Die genannten Verlage brachten es inzwischen durch strenge »Markenbindung« einerseits (die eigenen *colegios* dürfen *nur* Haus-Autoren lesen lassen!), durch *incentives* (von Treueprämien für die ganze Schule bis zu Urlaubsreisen für ausgesuchte Schulleiter) und durch eine aggressive Stellplatzverteilung bei den führenden Buchhandlungen wenn nicht zu einer Monopolstellung, so doch zur Marktführerschaft. Jedesmal wenn man nach ein paar Monaten wieder in große Buchhandlungen, wie die FNAC, die Casa del Libro oder zu Crisol geht, ist die von S.M. und Edelvives (inzwischen auch von Bruño und EDB) eingenommene Stellfläche größer, die der »weltlichen« Verlage unerheblicher geworden. Man ist unwillkürlich an Zolas großartigen Kaufhausroman *Au bonheur des dames* aus dem Ende des neunzehnten Jahrhunderts erinnert, wo ein solcher Verdrängungskampf erstmals paradigmatisch dargestellt wurde und wo das immer größer werdende »Au bonheur des dames« nach und nach ein ganzes Stadtviertel einnimmt, in dem früher zahlreiche kleinere Geschäfte existiert hatten, die eines nach dem anderen von ihm erdrückt und zur Aufgabe gezwungen werden.

Auch die *Real Academia* geht auf den Markt

Sogar eine Institution wie die *Real Academia Española* ist aus ihrer Altherwürdigkeit herausgetreten und Teil des Literaturbetriebs geworden. Die 1713 durch Philipp V. nach dem Vorbild der *Académie française* gegründete Vereinigung hat die Hauptaufgabe, »darüber zu wachen, daß der Wandel der spanischen Sprache ständig den Bedürfnissen ihrer Sprecher angepaßt wird, und daß die Einheit der spanischen Sprache im wesentlichen weltweit gewahrt bleibt« (so die letzte Fas-

sung des Artikels 1 der Akademie-Statuten aus dem Jahr 1993). Um dies zu gewährleisten, erneuert die Akademie ständig ihr großes Wörterbuch, das 1726-1739 erstmals als sechsbändiger *Diccionario de autoridades* erschienen ist, und ediert in regelmäßigen Abständen auch eine Grammatik der spanischen Sprache. Dabei arbeitet sie eng mit den Akademien der lateinamerikanischen Länder, der USA und der Philippinen zusammen. Nach Ausweis ihres Jahrbuchs gehörten der Akademie am 1.1.1997 sechsundvierzig auf Lebenszeit gewählte Mitglieder an. Nur wenn jemand durch Tod oder durch Rücktritt ausscheidet, kann eine *vacante* durch Neuwahl wiederbesetzt werden. Zur Wahl stellen kann sich, wer mindestens drei Fürsprecher unter den Mitgliedern hat, und gewählt ist, wer die absolute Mehrheit der Stimmen aller Mitglieder erreicht. Dieser Wahlmodus ist gewiß ganz auf Traditionssicherung und auf die Wahrung eines guten Einvernehmens angelegt. Aber obgleich er durchaus eine gewisse Behäbigkeit verursachen könnte, ist in die Akademie in den letzten Jahren Bewegung gekommen.

Das hat drei Gründe. Erstens eine energische Verjüngung bei den letzten Neuwahlen: die beiden Philologie-Professoren Francisco Rico und Ignacio Bosque waren Anfang vierzig, der Schriftsteller Antonio Muñoz Molina gar erst neununddreißig, als sie zu den Unsterblichen berufen wurden. Freilich ist die Akademie nach wie vor (fast) ein reiner Herrenclub. Ana María Matute, 1996 mit siebzig Jahren gewählt, ist die *eine* Ausnahme, die erst nach dem Tod der vorhergehenden Ausnahme, Carmen Conde, gewählt wurde. Andere Kandidatinnen sind bisher am zähen Widerstand der Männerfront gescheitert. – Die zweite Neuerung betrifft die Finanzierung der Akademie. Seit 1993 ist es nicht mehr der Staat allein, der sie unterhält; es gibt jetzt auch eine Stiftung, deren Mitglieder ein in der Höhe nicht genanntes Kapital zusammenbrachten, dessen Zinsen den zweiten ökonomischen Sockel der Akademie bilden. Dem Stiftungsrat gehören außer dem König und Repräsentanten der spanischen Regionalregierungen die Präsidenten der bedeutendsten spanischen Großbanken und Industrieunternehmen an (von *Argentaria* bis zu *Repsol*; vom *Banco de Santander* bis zur *Telefónica*). Hier ist also der Schulterschuß von Kultur und Business besonders auffällig. – Die dritte Veränderung betrifft die Zusammensetzung der Mitglieder: Bisher waren die Schriftsteller (von Cela bis Claudio Rodríguez, von Buero Vallejo bis Muñoz Molina, von Delibes bis Vargas Llosa) und die Universitätsprofessoren aus dem Bereich der Philologie, der Philosophie und der Geschichtswissenschaft fast unter sich. Das zeigt nebenbei auch, daß in Spanien das Verhältnis zwischen Literatur und Wissenschaft wesentlich entspannter ist als bei uns. Das trifft übrigens auch auf das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Journalismus zu. Es ist deshalb auch Usus, daß literarische oder filmische Neuerscheinungen in Zeitungen (und sogar in Illustrierten wie *Blanco y Negro*) von Professoren allgemeinverständlich vorgestellt und besprochen werden; es gibt sogar mehrere (Julián Marías etwa,

der selbst *académico* ist), die das Kulturgeschehen seit Jahrzehnten in einer festen Kolumne kommentieren.

Bei den letzten Neuwahlen Ende 1996 öffnete sich nun auch die Akademie selbst dem Journalismus. Zuerst wurde Juan Luis Cebrián, der legendäre Mitbegründer und langjährige Herausgeber des *País* gewählt, der jetzt der mächtigen PRISA-Gruppe vorsteht. Das war ein Sieg der »Linken« in der Akademie. Aber dieser Sieg war nur durch ein *agreement* mit den »Rechten« zu erringen, die noch am gleichen Tag *ihren* Kandidaten, Luis María Ansón, den Herausgeber des *ABC*, ebenfalls durch die Akademiewahl brachten. Durch die aufsehenerregende Berichterstattung in beiden Zeitungen, die eine regelrechte Wahlkampfschlacht führten (in *ABC* auch noch durch seitenlange Photosequenzen unterstützt), ist die Akademie endgültig von der medialen Realität eingeholt worden; sie hat dadurch, gewollt oder ungewollt, aber auch einen enormen Zuwachs an Bekanntheit erzielt. Im übrigen gilt: Wer in der Akademie ist, gehört zum Establishment des Kulturbetriebs und kann sich die lukrativen Angebote (Vorträge mit hoher Honorierung, Pressemitarbeit, Jurymitgliedschaft bei der Vergabe der großen Literaturpreise, Einladungen zu den Festen der Reichen und Schönen etc.) nach Belieben aussuchen. Eben deshalb werden die Nachwahlen von Mal zu Mal umkämpft.

Das *infotainment* im Roman, im Film und wo man es nicht erwartet. Fünf Beispiele

Immer wieder sind wir im Verlauf dieser Darlegungen auf die Kooperation, ja die Verschmelzung von Literatur und Journalismus zurückgekommen. Sie steht in der Tat im Mittelpunkt des spanischen Literaturbetriebs der neunziger Jahre und ist zugleich sein emblematischer Ausdruck. Das zeigt sich nicht zuletzt an der Machart der Texte selbst. So wie die Literatur der Francozeit den Einfluß der Zensur bis in die Form ihrer Diskurse erkennen ließ, so ist jetzt vielen, ja den meisten Romanen und Filmen ein journalistischer Zug zu eigen, sei es in der Wahl von tagesaktuellen Themen, sei es im reportageartigen Zuschnitt oder in der leserfreundlichen Darbietung der Narration. Es ist ja auch bezeichnend, daß gerade der Roman, die zeitungsnächste aller Gattungen, einen so großen Erfolg hat, und es ist ebenfalls bemerkenswert, daß die weniger marktgängigen Genres, vor allem die Lyrik, eher ein Schattendasein führen. Ich will deshalb zum Abschluß noch einige der erfolgreichsten Neuerscheinungen auf ihre Affinität zum Journalismus durchleuchten.

Beispiel 1: Rosa Montero

Ich beginne mit Rosa Monteros *La hija del caníbal* (1997; ausgezeichnet mit dem neugestifteten *Premio Primavera* [15 Mio. Ptas. = 175.000 DM]). Der flott geschriebene und mit sarkastischem Humor gewürzte Roman besteht aus zwei Erzählsträngen, die journalistischer nicht sein könnten. Der Hauptstrang ist eine Enthüllungsgeschichte. Ahnungslose Durchschnittsfiguren, Menschen wie du und ich, Nachbarn, *vecinos*, versuchen einen rätselhaften Entführungsfall aufzuklären, dessen scheinbares Opfer der Ehemann der Erzählerin ist. Am Ende stehen alle entsetzt vor einem Abgrund von Korruption, die bereits den halben Staat befallen hat. Wir haben es hier also mit dem »Thema Nr.1« des spanischen Journalismus in den letzten zwei Jahren zu tun. Im Nebenstrang wird, nach und nach, die Lebensgeschichte des hochbetagten Anarchisten Felix, alias Fortuna, eines der Helfer bei der Suche nach dem Entführten, erzählt, wobei die Leser nebenbei aufs Anregendste mit der – tatsächlich viel zu wenig bekannten – Geschichte des spanischen Anarchismus vertraut gemacht werden. Hier haben wir es mit jenem aufklärerischen Journalismus zu tun, um den sich Rosa Montero große Verdienste erworben hat und durch den sie berühmt geworden ist. Noch ihr letzter Bucherfolg, *Historias de mujeres* (1995), in dem sie den Schicksalen von Frauen an der Seite berühmter Männer nachging, war ein solches, in diesem Fall bewußt unromanteskes Beispiel von Aufklärungsjournalismus, der es sich angelegen sein läßt, Verdrängtes vor dem Vergessen zu bewahren. Und während die journalistisch recherchierten Fälle in *Historias de mujeres* sich spannend wie Kurzgeschichten lesen, trifft sich die Fiktion in *La hija del caníbal* am Ende mit der spanischen Realität, oder mit dem Bild, das die Medien derzeit von ihr herstellen.

Beispiel 2: Antonio Muñoz Molina

Das zweite Beispiel ist Antonio Muñoz Molinas neuer Roman *Plenilunio* (1997). Auch hier handelt es sich um die Aufklärung eines Verbrechens, und zwar eines Typs von Verbrechen, das in den letzten Monaten die journalistische Hauptaufmerksamkeit in ganz Europa auf sich gezogen hat: die Kinderschändung. Dieses Thema wird von einem so vorzüglichen Autor wie Muñoz Molina natürlich nicht in sensationalistischer Manier verarbeitet; vielmehr werden in einer Serie von immer weiter ausholenden und immer tiefer greifenden Sondierungen Opfer und Täter und deren familiäres und berufliches Umfeld, sowie die Genese der beiden Verbrechen durchleuchtet. Neben den Opfern und dem Täter ist der die Untersuchung leitende Kriminalkommissar die wichtigste Person des Romans. Auch er wird nicht nur in seiner unmittelbaren Handlungsfunktion als Ermittler, sondern im Kontext seiner beruflichen und privaten Beziehungen und vor dem Hinter-

grund seiner Persönlichkeitsentwicklung von der Kindheit und Jugend im Franquismus bis zur Gegenwart vorgestellt (letzteres eine von Muñoz Molina in mehreren Texten immer wieder und in immer neuen Abwandlungen erzählte Geschichte).

Und auch hier kommt sogleich wieder ein tagesaktueller Bezug ins Spiel, der *alle* spanischen Leser betrifft: der ETA-Terrorismus. Der Kommissar stammt (wie der Autor) aus einer andalusischen Provinzstadt (Úbeda? Jaén?). Dorthin kehrt er am Ende seiner Laufbahn auch wieder zurück, nachdem er durch lange Jahre im Baskenland, durch ständige Morddrohungen und Extremsituationen entnervt, vor allem aber seiner depressiv gewordenen Frau zuliebe, die Versetzung nach Andalusien durchgesetzt hat. Dort wird er dann mit den Verbrechen konfrontiert, deren Aufklärung und Erklärung den eigentlichen Inhalt des Buches ausmacht. Aber auch in Andalusien kann er sich nie sicher fühlen, und am Ende, nachdem der Kindermörder überführt ist, fällt er doch noch dem langen Arm der ETA zum Opfer. Auch hier wird also sehr geschickt unter Beweis gestellt, was im bereits erwähnten *País*-Artikel vom 5. Juni programmatisch gefordert wurde: Es gibt keine Grenze mehr zwischen *periodismo* und *literatura*.

Beispiel 3: Alejandro Amenábar

Auch im Kino, das ohnehin eine Affinität zur Widerspiegelung des Sichtbaren hat, gibt es diese Trennung nicht. Aber während in der Generation Almodóvars Geschichten erzählt wurden, die gerade nicht »journalistisch« im Sinne von *news*-Vermittlung aus dem Alltag waren, sondern exzentrisch und eher unglaublich, hat jetzt eine neue Sachlichkeit um sich gegriffen, die das Unerhörte in die Form der Reportage kleidet. Bestes Beispiel dafür ist *Tesis*, der Erstlingsfilm des damals dreiundzwanzigjährigen Alejandro Amenábar, der Anfang 1997 als der erfolgreichste Film des Jahres 1996 gleich mehrere Goyas (die spanischen Oskars), nämlich sieben, auf sich vereinigen konnte.

Die Vermittlerfigur in Amenábars Film ist Ángela, eine Studentin der Kommunikationswissenschaft, die eine Abschußarbeit über Gewaltvideos vorbereitet. Das geht zunächst den gewohnten Gang akademischer Routine: Bibliographieren, theoretische Skizzen, Sprechstundenbesuche u.s.f. Auf der Suche nach praktischen Beispielen gerät sie aber unversehens und plötzlich in einen Teufelskreis, in den Interessendschungel des *infotainment* nämlich, in dem hemmungsloser Voyeurismus, skrupelloser Geschäftssinn und der angebliche »Auftrag« der Medien die Preise in die Höhe treiben und die Hemmschwellen immer tiefer senken. Zum Schluß entgeht Ángela nur knapp dem Schicksal, vor laufender Kamera, also *live*, für ein *snuff*-Video zerstückelt zu werden.

Das ist einerseits Hollywood, nämlich ein Thriller; andererseits aber selbst *infotainment*. Und zwar auf raffinierte Weise. Der Film bringt uns zwar bei, was wir schon immer über Gewaltvideos wissen wollten, uns aber nie zu fragen wagten. Aber er weigert sich gleichzeitig, unsere eigenen voyeuristischen Gelüste zu befriedigen. Nur indirekt erfahren wir, welche Scheußlichkeiten auf dem Markt sind; d.h. wir müssen es uns erschließen: aus Kommentaren, aus Geräuschen, aus den vor Schrecken geweiteten Pupillen Ángelas, wenn sie ihr Material sieht. Am überzeugendsten – und am weitesten entfernt vom *schlechten infotainment* – ist Amenábar immer dann, wenn er uns klar macht, daß Lust auf Gewalt neben den bösen *anderen* auch *wir* selbst haben. Das wird nicht nur daran ersichtlich, daß die junge Forscherin von ihrem Gegenstand zugleich abgestoßen und fasziniert ist, sondern durch die Umrahmung des Films ebenso witzig wie plakativ thematisiert.

Die erste Sequenz spielt in der U-Bahn. Ein Zug, in dem auch Ángela sitzt, bremst beim Einfahren in die Station abrupt ab, weil sich ein Selbstmörder auf die Schienen geworfen hat und dabei getötet wurde. Auch das sieht man nicht, sondern erfährt es nur durch die Information des Begleitpersonals, das die Fahrgäste bis zum Bahnsteig geleitet und sie gleichzeitig dazu anhält, *nicht* auf die Gleise zu schauen. Die Kamera nimmt die vorbeigehende Menge ins Visier, wobei deutlich wird, daß die Mehrzahl, zu der auch Ángela gehört, eben *doch* hinschaut. – Die letzte Sequenz spielt im Krankenhaus. Dort liegt Chema, Ángelas Freund, der bei ihrer Befreiung einige Blessuren davongetragen hat, in einem Mehrbettzimmer, unter dessen Bewohnern sich auch ein Todkranker zu befinden scheint. Die Zimmergenossen sind, unübersehbar, lauter brave Durchschnittsbürger. Der Fernseher läuft, offensichtlich läuft er immer, und keiner schaut hin. Bis die Ansagerin ein neues Programm ankündigt, das u.a. über jenen Fall informieren soll, der Chema in die Klinik brachte. Jetzt kommt Leben ins Krankenzimmer, und sogar die Miene des Todgeweihten hellt sich auf, um so mehr, als die Sprecherin mit öffentlich-rechtlicher Wichtigtuerei ansagt, man habe sich, weil man doch der Informationspflicht genügen müsse, *durchgerungen*, auch schockierende Details nicht zurückzuhalten. Als aber Chema, der die Sache schließlich selbst erlebt hat und sie jetzt möglichst schnell vergessen will, das Gerät ausschaltet, kommt es zu tumultartigen Protesten, an denen sich auch der Scheintote vital beteiligt.

Im übrigen ist das Beispiel Amenábar auch deshalb von Interesse, weil sich *Tesis* zwar *hinterher* am Markt durchgesetzt hat, aber nur, weil es *vorher* – noch unter der PSOE-Regierung – durch staatliche Subventionen finanziert worden war. Es ist fraglich, ob ein solcher Film noch gemacht werden kann, wenn sich die Filmförderungspläne des PP erst einmal durchgesetzt haben, die nur noch Prämien vorsehen, und zwar erst dann, wenn ein Film schon Erfolg gehabt *hat*.

Ich denke, daß an diesem Beispiel die Problematik einer ganz dem Markt ausgelieferten Kulturproduktion besonders deutlich wird; oder umgekehrt: Will man nicht riskieren, daß *nur* noch *literatura* oder *cine light* und nur noch die ewig gleichen Erfolgsgaranten in Frage kommen, wird man eine maßvolle Subventionierung der Künste beibehalten müssen.

Beispiel 4: Francisco Umbral

Das *infotainment* als eine der beliebtesten Zusammenspielarten von Literatur und Journalismus hat in Spanien sogar solche Sparten erfaßt, die davon ausgeschlossen schienen. Indessen wirft der Verlag Planeta, derselbe, der den hochdotierten Literaturpreis vergibt, schon seit einigen Jahren mit großem Erfolg eine Serie schlanker Lexika auf den Markt, die sich *Diccionario de autor* nennen. Diese verzichten von vornherein auf jenen Objektivitätsanspruch, der von der Gattung »Lexikon« im allgemeinen in Anspruch genommen wird, und spekulieren statt dessen mit dem *reclamo* berühmter Namen: Es gibt einen *Diccionario político* von Eduardo Haro-Tecglen, den jeder *País*-Leser und jeder Fernsehzuschauer kennt; einen *Diccionario filosófico* von Fernando Savater, für den das gleiche gilt; einen *Diccionario de historia* des kürzlich verstorbenen José María Valverde, der, wie Savater, nebenbei noch Universitätsprofessor war; und jetzt auch einen *Diccionario de literatura* (Untertitel: *España 1941-1995. De la posguerra a la posmodernidad*) von Francisco Umbral, in dessen Spalten die Verfasser der anderen Lexika ausnahmslos hervorragend wegkommen. *Sociedad de alabanzas mutuas* – Gesellschaft zur gegenseitigen Verkaufsförderung könnte man das nennen.

Tatsächlich funktioniert nach diesem Prinzip der ganze Literaturboom in jenem Land, in dem die Schriftsteller, listiger und beweglicher als hier, längst begriffen haben, was der Markt von ihnen verlangt. Trotzdem muß man immer wieder sagen, daß es zu einfach wäre, eine derartige Anpassung als Prostitution zu bezeichnen. Der *Diccionario* von Umbral z.B. ist zwar, wenn man so will, eine Sumpflüte im Teich der *literatura light* (der treffende Begriff ist in Spanien selbst geprägt worden); ich halte aber trotzdem dafür, daß, wie in jedem Sumpf, so auch in diesem ansehnliche Blüten treiben und daß Umbrals *Diccionario* eine solche Blüte ist: unterhaltsam, informativ und erstaunlich differenziert trotz der unkaschierten Subjektivität, die von ehrlicher Bewunderung (etwa bei José Hierro oder Montserrat Roig) bis zum böartigen Verriß reicht (z.B. bei Juan Madrid oder Julio Llamazares). Warum sollte dergleichen weniger respektabel sein als die notwendig kalte und keineswegs fraglose Objektivität eines wissenschaftsgläubigen Spezialistentteams, das, wenn die Gegenwart in Frage steht (und nur sie kommt in Umbrals Lexikon in Betracht), ohnehin nicht unvoreingenommen sein kann.

Im übrigen könnten sich (was sie nicht tun) die Planeta-Bände durchaus auch *Diccionarios críticos* nennen und auf ehrwürdige Vorläuferschaft in der Aufklärung berufen, allen voran auf den *Dictionnaire philosophique* von Voltaire, bei dem sich schon vor über 200 Jahren kritische Information mit bissiger Formulierungskunst im Namen eines einzigen Autors vereinten. Es wäre gewiß zu hoch gegriffen, wollte man Umbral mit Voltaire vergleichen; aber am polemischen Temperament mangelt es dem Spanier ebensowenig wie an der Fähigkeit zur treffsicheren Pointe, und wie Voltaire schreibt er am Ende einer Epoche, an der zwar noch nicht abzusehen ist, wie es weitergehen wird, wohl aber schon, daß es so nicht weitergehen kann.

Beispiel 5: Manuel Vázquez Montalbán, *El Premio*

Im übrigen ist es keineswegs so, daß in Spanien die Gefahren eines völlig dem Markt ausgelieferten Literaturbetriebs nicht gesehen oder daß sie gar unterschätzt würden. Man braucht nur einen der erfolgreichsten Romane der letzten Jahre, *El Premio* (1996), von Vázquez Montalbán zu lesen, um sich vom Gegenteil zu überzeugen. *El Premio* ist auch deshalb gut für den Schluß meiner Darstellung geeignet, weil in ihm der spanische Literaturbetrieb das alles beherrschende Thema ist. *El Premio* ist der zweiundzwanzigste Roman der Pepe Carvalho-Serie, mittels derer Vázquez Montalbán schon seit 25 Jahren spanische Zeitgeschichte kritisch erzählt und sarkastisch kommentiert. In *El Premio* ist der Sarkasmus besonders bitter; die Stimmung, die in ihm beschrieben wird, vergleichbar mit der, die im Festsaal der *Titanic* kurz vor dem Untergang geherrscht haben mag. Man hat den Eindruck, daß der Autor selbst, der zu den schärfsten Kritikern des »Systems« gehört, zugleich aber auch zu jenen, die am meisten von ihm profitieren, sich hier sein eigenes Unwohlsein, um nicht zu sagen: seinen Brechreiz vom Leib schreibt.

Der Plot: Álvaro Conesal, einer der reichsten, mächtigsten und korruptesten Männer im Staat, Mario Conde in vielem nicht unähnlich, hat beschlossen, nun auch im Kulturbereich zu spekulieren. Dazu stiftet er einen Literaturpreis, der mit 100 Millionen Peseten, also noch doppelt so hoch wie der Planeta-Preis, dotiert ist. Aber bevor er (nicht die hochrangig besetzte und für ihr Stillhalten auch hochbezahlte Jury) den Preisträger bestimmen konnte, wird Álvaro am Abend der Preisverleihung, als im großen Festsaal seines Luxushotels schon die Party mit allen, die dazugehören, stattfindet, in seiner Privatsuite ermordet. Carvalho klärt den Fall auf und liefert gleichzeitig ein grelles Bild vom Jahrmarkt der Eitelkeiten und von der Verflechtung der Kultur- und Finanzwelt, die im *locked room* des Festsaals versammelt ist, die aber zugleich, wenigstens die Auserwählten, Zutritt zur Suite Conesals haben, so daß im Prinzip jeder der Teilnehmer verdächtig ist;

zuzutrauen ist ihnen ein Mord allemal, wenn es um einen so hohen Preis oder um die Wahrung anderer mächtiger Geldinteressen geht.

Im Festsaal anwesend ist gleichsam die gesamte spanische Kulturschickeria: Repräsentanten der Hochfinanz, Verleger, Autoren, Übersetzer, Journalisten (Wort und Bild), Politiker, Akademiemitglieder, Großkritiker, dazu die neue, äußerst großspurig auftretende Spezies des *Terminator* (der Begriff stammt von Vázquez Montalbán), des Spezialisten für die Rationalisierung, das heißt den radikalen Personalabbau im Verlagswesen, das so für einen Spekulant wie Conesal überhaupt erst interessant wird. Nicht alle, die da versammelt sind, tragen fiktive Namen; eine ganze Reihe von ihnen ist entweder mit dem richtigen Namen vertreten oder wird doch so weit konkretisiert, daß kein Zweifel mehr daran sein kann, wer gemeint ist: Zu letzteren gehört u.a. »der Nobelpreisträger« (von denen es in Spanien zur Zeit nur *einen* lebenden gibt), der sich seine Teilnahme am Abendessen vergolden läßt; aber auch die »schreibende Hausfrau«, mit der nur Almudena Grandes gemeint sein kann. Carmen Alborch, »die einzige Kultusministerin in Technicolor, die Spanien je besaß« (der Roman spielt in der Endzeit des Felipismus, als sich der Wahlsieg der Konservativen bereits abzeichnete), *Javierito* Marías, Juan José Millás, Paco Umbral, Jesús Aguirre alias Duque de Alba u.v.a.m. werden mit ihren 'wahren' Namen erwähnt, was den Realismus der Realsatire noch erhöht.

Natürlich sind die namentlich erwähnten nicht ganz so ekelhaft wie die mit Pseudonymen versehenen. Unter diesen gibt es kaum jemanden, der nicht bereit wäre, seine Seele zu verkaufen, wenn dadurch nur ein entsprechend geldwerter Vorteil zu erringen ist. Zwischen den Finanzhaien und den Autoren besteht da kaum ein Unterschied, und unter den letzteren herrscht mindestens so viel Neid und Mißgunst wie unter den ersteren: Das ist das genaue Gegenteil des »Ein Herz und eine Seele«-Bildes, das in der eingangs erwähnten *País*-Reportage zwecks Ankurbelung und Unterstützung des *boom* von der Autorenschaft gezeichnet worden ist. Schon der lange Eingangssatz gibt das Thema an, um den der ganze Roman kreist: das äußerst zwiespältige Verhältnis zwischen dem vielen Geld und der Literatur (»entre el mucho dinero y la literatura«).

Andererseits gibt Vázquez Montalbán aber auch zu bedenken, daß die Mehrzahl der besten Schriftsteller in der Geschichte der Menschheit Familien entstammten, die zum jeweiligen Establishment, wenn nicht sogar zur Oligarchie gehörten. Und nicht nur das, möchte man hinzufügen: Wenn Muñoz Molina oder Almudena Grandes bei der Themenwahl nach dem *vulgo* schielen, der schon von Lope de Vega hofiert wurde, weil er, summa summarum, das meiste Eintrittsgeld bezahlt, so ist das allein noch nicht verdammenswert. Auch nicht die Tatsache, daß Themen gewählt werden, die den Leuten auf den Nägeln brennen. Jedenfalls ist das nicht verwerflicher als etwa die Bereitschaft eines Molière, den *Tartuffe* so

lange umzuschreiben, bis er seinem König, den er in der letzten Fassung über die Maßen lobt, so gut gefiel, daß der die vorher ins Feld geführten religiösen Bedenken fallen ließ. Es ist wohl einfach so, daß jede Zeit unweigerlich jenen Literaturbetrieb bekommt, den sie durch ihr gesellschaftliches Wertesystem und durch ihre Machtverhältnisse herausfordert. Und wo alles auf das schnelle Geld und auf den Augenblickserfolg ankommt, darf man sich nicht wundern, wenn die Autoren sich danach richten und wenn sie Mittel und Wege suchen, die es ermöglichen, daß die Einschaltquoten ihrer Sendungen und die Absatzzahlen ihrer Verlage »stimmen«. In diesem Sinne ist der spanische Literaturbetrieb ohne Zweifel »auf der Höhe der Zeit«.

Was davon *bleiben* wird, ist allerdings eine andere Frage, auf deren Beantwortung man etliche Jahre warten müssen. Das eine oder andere Meisterwerk ist jedenfalls auch durch die neuen Bedingungen nicht zu verhindern.